УДК 002.5, 338.46

Ю. Ю. Нетребин
канд. экон. наук, старший научный сотрудник,
Российский научно-исследовательский институт экономики,
политики и права в научно-технической сфере (РИЭПП),
Москва, Россия, netrebin_yuriy@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО РЫНКА УСЛУГ ПО СОПРОВОЖДЕНИЮ В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ПУБЛИКАЦИИ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ В ЖУРНАЛАХ, ИНДЕКСИРУЕМЫХ В СИСТЕМАХ SCOPUS И WEB OF SCIENCE

Аннотация

Целью данного исследования является описание и анализ деятельности рынка услуг, оказываемых посредниками авторам научных статьей, с целью оказания им помощи в осуществлении публикации статей в журналах, индексируемых в международных базах данных цитирования Scopus и Web of Science. В работе представлены эмпирические результаты, полученные в ходе изучения сайтов организаций, оказывающих посреднические услуги; проведения интервью с представителями этих организаций, а также с их клиентами. С помощью полученных данных описываются механизмы взаимодействия участников рынка публикационных услуг, актуальные для существующих в настоящее время институциональных условий. Сделана попытка определить негативное влияние наличия этого рынка на достоверность показателей публикационной активности российских авторов, а также выявить основные причины его возникновения. Полученные в результате исследования данные позволяют предложить меры по снижению активности рынка рассматриваемых услуг путем совершенствования системы подготовки научно-педагогических кадров.

Ключевые слова

Публикация научных статей, Scopus, Web of Science, публикационные агентства, сопровождение публикации статьи.

Yu. Yu. Netrebin
Candidate of Sciences (PhD) in Economics, Senior Researcher,
Russian Research Institute of Economics, Politics and Law
in Science and Technology (RIEPL),
Moscow, the Russian Federation, netrebin_yuriy@mail.ru

FEATURES OF THE RUSSIAN SERVICE MARKET WITH REGARD TO THE PUBLICATION OF SCIENTIFIC ARTICLES IN JOURNALS INDEXED IN SCOPUS AND WEB OF SCIENCE

Abstract

The aim of this study is to describe and analyze the activity of market services rendered to the authors of scientific articles by intermediaries to assist with the

publication of articles in journals indexed in international citation databases Scopus and Web of Science. The paper presents the empirical results obtained through the study of sites of organizations providing mediation services; interviews with representatives of these organizations, as well as with their customers. Using the information gathered, the article describes the mechanisms of interaction of market participants of publication services in relation to the currently existing institutional conditions. An attempt is made to determine the existence of a negative impact on the reliability of the market indices publication activity of Russian authors, as well as to identify the main reasons for its occurrence. The resulting study data allows the proposal of measures to reduce the activity of market services considered by improving the system for training teaching staff.

Keywords

Publication of scientific articles, Scopus, Web of Science, publication agencies, support for the publication of articles.

Актуальность проведения исследования деятельности организаций, оказывающих посреднические услуги авторам научных статей

В журналах, индексируемых системами Scopus и Web of Science в 2012–2014 гг. по отдельным областям науки, можно наблюдать рост количества публикаций российских авторов. Безусловно, большую роль в этом сыграло то, что в указе № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки» (из числа так называемых «майских указов«) [1] Президента РФ было заявлено о необходимости увеличения количества таких публикаций. Данные указы явились основанием для разработки и утверждения нормативно-правовых актов, направенных на то, чтобы простимулировать активность авторов в публикации таких статей. Ряд вузов в положения о стимулирующих надбавках включил надбавку за публикацию в журналах, индексируемых в международных базах данных. Следует отметить, что у различных вузов и научных учреждений различаются подходы по порядку начисления и определению размеров стимулирующих надбавок за публикации[1]. В любом случае, сложившаяся ситуация стимулирует российских ученых проявлению активности в отношении публикации своих статей в журналах, индексируемых международными базами данных.

Сложившаяся ситуация спровоцировала появление у исследователей желания иметь большее количество проиндексированных статьей, а у некоторых организаций – заработать на оказании помощи в осуществлении публикации таких статей. Материальная заинтересованность

[1] Размеры надбавок очень различаются между собой: от 4 тыс. руб. в ВлГУ до 150 тыс. руб. в МГИМО. В одних вузах сумма стимулирующей выплаты является безусловной, в других – зависит от различных факторов – в основном, от рейтинга журнала, в котором была осуществлена публикация статьи.

во взаимодействии друг с другом была с обеих сторон: исследователь получает стимулирующую надбавку, а организация – вознаграждение за оказанную услугу. В результате этого на рынке появилась и успешно оказывается услуга по содействию авторам статьи в публикации их статей в журналах, которые индексируются в системах Scopus и Web of Science.

Как показал предварительный обзор рынка, оказание данной услуги осуществляется организациями, которые выполняют написание диссертационных работ на заказ. И это является достаточным основанием предположить, что использование учеными подобных услуг может оказывать негативное влияние на значение показателей эффективности российской науки так же, как это происходит с услугами по платному написанию диссертаций. Чтобы доказать или опровергнуть данное предположение, следует более детально описать причины появления на рынке этих услуг, проанализировать содержание этих услуг, особенности взаимодействия авторов, посредников и издательств между собой. Кроме этого, на основе результатов этого анализа будут описаны особенности функционирования данного рынка услуг и предложены пути устранения его негативного влияния на российскую науку. Таким образом, целью данного исследования является описание и анализ деятельности рынка услуг, оказываемых посредниками авторам научных статей, с целью оказания им помощи в осуществлении публикации статей в журналах, индексируемых в международных базах данных цитирования Scopus и Web of Science.

Описание методологии исследования

Для достижения цели исследования и получения данных о характеристиках и особенностях рынка обозначенных услуг, в первую очередь, необходимо выбрать источники, которые содержат достоверную информацию об участниках рынка, ассортименте, стоимости и характеристиках оказываемых услуг. Наиболее целесообразным методом поиска информации о рынке данных услуг является использование поисковых систем в сети Интернет. Обусловлено это двумя причинами: первая – это то, что для организаций, предоставляющих данные услуги, основным источником привлечения клиентов является размещение информации об услугах в сети Интернет; вторая – это то, что исследователь при поиске информации о данных услугах, в первую очередь, также использует сеть Интернет. В научной среде также существует такой способ обмена информацией о возможностях осуществления публикации, как «сарафанное радио», т. е. устная передача информации от одного человека к другому. Однако, в рамках проведения исследования, представляется затруднительным получение информации о рынке обозначенных услуг таким способом. Итак, для сбора сведений о деятельности организаций, предоставляющих рассматриваемые услуги, в том числе во время предварительного обзора рынка, использовались поисковые сервисы Google, Яндекс, система анализа поисковых запросов WordStat, а также сетевые

сервисы анализа работы сайтов Alexa.com и Raskruty.ru. Для проверки отдельных гипотез и получения данных об изменении содержания рассматриваемых услуг за несколько прошлых лет использовалась информация из архива сети Интернет, предоставляемая сервисом The Internet Archive Wayback Machine. Данные методы поиска информации позволили с высоким уровнем точности оценить количество организаций, оказывающих данные услуги, узнать точное количество и годовую динамику запросов о возможности публикации в изданиях, индексируемых в базах систем Scopus и Web of Science (см. табл. 2, рис. 1, рис. 2).

Для уточнения информации, полученной из источников сети Интернет, проводились опросы сотрудников организаций, оказывающих данные услуги, а также тех авторов статей, которые уже осуществляли заказы. Это позволило выявить особенности функционирования механизма взаимодействия этих организаций с издательствами журналов, а также узнать о других услугах и их характеристиках, которые официально не представлены на сайтах организаций. Для проверки достоверности и уточнения данных, полученных от представителей публикационных агентств и их клиентов, был проведен соответствующий опрос редакторов журналов.

Особенности оказания посреднических услуг по осуществлению публикации статей в журналах, индексируемых международными базами данных

В рамках этой статьи представляется целесообразным для обозначения рассматриваемых организаций, оказывающих услуги по сопровождению взаимодействия между авторами научных статей и издательствами журналов, использовать формулировку «публикационные агентства». Чаще всего данные организации, кроме указанной, предоставляют и другие услуги. В данной статье предметом анализа являются две услуги публикационных агентств:

- услуга по сопровождению публикации научных статей в журналах, индексируемых в системах Scopus и Web of science;
- написание научной статьи «под ключ».

Данные услуги выделены потому, что существование на рынке именно этих услуг является индикатором того, что некоторые российские авторы либо не способны, либо не считают целесообразным для себя выполнять соответствующие действия для осуществления публикации собственных статей.

Важно отметить то, что в ходе поиска научных статей не были найдены работы, предметом которых явились бы либо публикационные агентства, либо услуги, которые ими предоставляются. Но то, что деятельность таких агентств требует изучения, подтверждает наличие интереса представителей научного сообщества к ней, которая проявляется в их высказываниях в различных интервью и в заметках на личных страницах в сети Интернет.

На российском рынке в настоящее время публично представлено 9 публикационных агентств (табл. 1). Необходимо отметить, что публично представленные агентства – это не весь рынок, так как есть «люди», которых исследователь может найти через «сарафанное радио», и которые могут оказать ровно те же услуги, что и публикационные агентства. Но эта скрытая часть рынка исключена из анализа. Следует отметить, что данная особенность рынка совпадает с той, которую описывает Е. В. Балацкий в статье о рынке услуг по платному написанию диссертаций [3].

В табл. 1 представлены данные, необходимые для того, чтобы дать оценку интенсивности функционирования публикационных агентств и также определить, является ли рассматриваемая услуга доминирующей по отношению к остальным оказываемым услугам. Кроме этого, в представленных данных содержится информация о продолжительности существования сайта, и поисковые запросы, по которым потенциальные клиенты попадают на сайт агентства. Для получения представленной информации использовались такие мощные аналитические инструменты, как сетевые сервисы анализа работы сайтов Alexa.com и Raskruty.ru, но, несмотря на это, извлечь данные о посещаемости сайта, его возрасте и определить, по каким запросам люди попадают на сайт, получилось не для всех агентств. Такая ситуация характерна для тех сайтов, которые имеют небольшой объем входящего сетевого трафика и малое количество ссылок на него, размещенных на других сайтах. Подобные площадки редко обновляют информацию на своих страницах. Кроме этого, нерелевантные ключевые слова в поисковых запросах, через которые посетители попадали на сайты, являются индикатором того, что публикационное агентство имеет низкий уровень активности в отношении рассматриваемой услуги. Сведенные результаты анализа позволяют выделить «слабую» группу сайтов, представляющую четыре агентства, которые обладают вышеперечисленными признаками: «Издательство Аналитика Родис» (http://publishing-vak.ru/scopus.htm), Издательство Scopus RUS (http://scopusrus.umi.ru/), Проект «Диссертации на заказ» (http://www.diplom-dissertacia.ru/), «Компания Big Time Publ.» (http://wos-scopus.com/). Возможно, информационные сайты в сети Интернет являются не единственным источником привлечения заказчиков своих услуг для перечисленных агентств, но их представленные характеристики прямо свидетельствуют о том, что экономическая активность этих агентств находится на низком уровне.

Что касается организаций, которые представлены группой «сильных» сайтов (т. е. те порталы, которые обладают высоким уровнем посещаемости. Посетители на них попадают по запросам, связанными с желанием опубликовать статью, большим количеством внешних ссылок на сайт вкупе с большим возрастом сайта), то это такие организации, как АНО ИД «Научное обозрение» (http://russian-science.info), Издательство «Проблемы науки» (http://scienceproblems.ru), Aspirans.com (http://aspirans.com), Prescopus (http://ores.su). Так как часть этих организаций сами являются издательствами научных журналов, то можно предположить, что они обладают достаточным кадровым потенциалом для оказания рассматриваемых услуг.

Следует отметить, что почти каждая из рассматриваемых организаций готова оказать такую услугу, как «написание научной статьи под ключ». Даже если данная услуга не афишируется на сайте организации, то при устной просьбе об оказании таковой, представитель агентства озвучивает приблизительную стоимость подобной работы. Цены начинаются от 20 тыс. руб. за восьмистраничную статью. Также в некоторых агентствах одним из условий публикации являлось то, что при заказе сопровождения публикации статьи, клиент информируется о том, что среди авторов его статьи будут указаны еще четыре «исследователя». Данные приписки являлись обязательным условием срочной публикации и никак не влияли на стоимость услуги. Вместе с тем, на прямые просьбы о выступлении заказчика в качестве одного из таких «приписанных» авторов, представитель публикационного агентства отвечал отказом. Таким образом, получить услугу «приписки» возможно не напрямую, а только при помощи личных связей.

Сайты организаций, представленные в табл. 1, были проанализированы при помощи сервиса The Internet Archive Wayback Machine. Это позволило увидеть изменения, которые произошли в ассортименте предлагаемых ими услуг за время существования сайтов организаций. Представители из «слабой» группы на протяжении всего своего существования занимались исключительно услугами по сопровождению публикации статей, а представители «сильной» группы (это либо действующие издательства научных журналов, либо те, кто являлся таковыми), прежде чем сконцентрироваться на исследуемой услуге, занимались издательской деятельностью Единственной организацией, которая не занималась издательской деятельностью, явилась та, которая представляет свои услуги на сайте http://aspirans.com/. Еще одним доводом в пользу того, что рентабельность услуги по оказанию помощи авторам в сопровождении публикации статей гораздо выше, чем издательская деятельность или деятельность по написанию научных работ, – это то, что несколько из представленных организаций после «майских указов» не просто добавили рассматриваемую услугу в перечень своих услуг, но и, отказавшись от остальных, сделали ее основным видом своей деятельности. Например, организация, продвигающая свои услуги через сайт http://ores.su, занималась изданием нескольких журналов, индексируемых в международных базах данных, а с июля 2013 г. переключилась исключительно на сопровождении публикации статей.

В результате анализа деятельности публикационных агентств удалось выделить основные услуги, связанные с осуществлением публикации статей в журналах, индексируемых системами Scopus и Web of Science и рассчитать их среднюю стоимость:

– помощь в публикации статей в изданиях, включенных в базы Scopus, Web of science, осуществление публикации в короткий срок – 15 000 руб.;
– верстка и оформление статей по требованиям журнала – 5000 руб.;

Таблица 1. Организации, предоставляющие услуги в области сопровождения публикации статей в журналах, индексируемых системами Scopus и Web of Sciense

Название, город местонахождения	Адрес URL	Основные услуги*	Дополнительные услуги		Посещаемость сайта в сутки, чел.	Возраст сайта	Запросы, по которым люди попадают на сайт, доля поисковых запросов с указанным ключевым словом в общем количестве запросов, %
			Написание статьи	Написание диссертаций			
АНО ИД «Научное обозрение», г. Москва	http://russian-science.info	Есть	Есть	Есть	Я.Метрика** 126 Li** 407	2 года 11 месяцев	монография, 51,61 % скопус, 14,82 % конференции, 2015, 11,91 %
Издательство Аналитика Родис, г. Москва	http://publishing-vak.ru/scopus.htm	Есть	Нет	Нет	-	4 года 11 месяцев	статьи на английском, 34,28 % аффилиация, 25,99 % как правильно оформить статью, 14,39 %
Издательство «Проблемы науки», г. Иваново	http://scienceproblems.ru/	Есть	Есть	Есть	Я.Метрика 146 Li 224	3 года 5 месяцев	научные статьи 28,73 % ГОСТ Р 7.0.5-2008, 9,82 %
Издательство Scopus RUS, г. Краснодар	http://scopusrus.umi.ru https://vk.com/scopusrus	Есть	Есть	Нет	Я.Метрика 2	-	-
Компания Big Time Publ., г. Москва	http://wos-scopus.com/	Есть	Есть	Есть	-	9 месяцев	-
Научно-издательский центр «Коллоквиум», г. Йошкар-Ола	http://www.colloquium-publishing.ru/	Есть	Есть	Нет	Li 29 Mail.ru** 129	4 года 7 месяцев	коллоквиум 72,20 % колоквиум 14,36 %

Окончание таблицы 1

Проект «Диссертации на заказ», месторасположение неизвестно	http://www.diplom-dissertacia.ru/	Есть	Есть	Есть	-	6 лет 6 месяцев	игры для интеллектуалов, 37,93 % айкью тест, 18,51 %
Aspirans.com, г. Москва	http://aspirans.com/	Есть	Нет	Нет	Я.Метрика 106 Li 190	6 лет 11 месяцев	Скопус 24,40 % Scopus 15,58 % Вак 11,52 %
Prescopus **, г. Белгород, г. Алматы, г. Мумбаи	http://ores.su/	Есть	Нет	Нет	Я.Метрика 582 Li 2	4 года 6 месяцев	biosciences research asia, 20.30 % вак, 18.02 % international journal of minerals metallurgy and materials 12.96 %

* – сопровождение публикации статьи, перевод статьи на английский язык

** – несмотря на то, что компания позиционирует себя как международная и якобы ее центральный офис находится в г. Мумбаи (Индия), анализ сайта с помощью системы Alexa.com показал, что 100 % посещений этого сайта происходит с территории РФ

*** – Я.Метрика, Li (LiveInternet), Mail.ru – интернет-сервисы измерения посещаемости сайта

- подготовка научных статей по указанной тематике – от 25 000 руб.;
- подбор издания для печати с требуемым импакт-фактором – 10 000 руб.;
- повышение цитируемости авторов в Scopus, Web of science, РИНЦ ;
- подготовка рецензий научных статей – 10 000 руб.;
- качественный (профессиональный) перевод статей с использованием академической лексики – 18 000 руб.

Каждое из представленных на рынке агентств заявляет о том, что оно готово осуществить сопровождение публикации статьи по любой из научных областей. Несмотря на то, что на сайтах представлен достаточно обширный перечень научных изданий, при заключении сделки представитель агентства рекомендует осуществить публикацию из тех, с которыми они сотрудничают на постоянной основе.

В ходе опроса представителей агентств ими озвучивались следующие преимущества осуществления авторами статей заказа услуг сопровождения публикации статей:

- подготовка статьи в соответствии с требованиями издательства;
- меньшие сроки по сравнению с самостоятельным осуществлением публикации;
- рассмотрение статьи автора издательством в приоритетном порядке.

Давайте попробуем более детально рассмотреть добавленную стоимость указанных преимуществ. Было выяснено, что именно делает агентство в отношении подготовки статьи к требованиям издательства. Оказалось, что помощь агентства будет заключаться в том, что оно после получения статьи от автора проведет ее проверку на соответствие требованиям издательства и, в случае необходимости, вернет ее обратно на доработку. То есть агентство проведет ту процедуру, которую автор обычно выполняет самостоятельно перед отправкой своей статьи в какое-либо издательство.

Для того, чтобы проверить реальность существования в составе добавленной стоимости услуги остальных двух преимуществ, был проведен опрос руководителей и редакторов издательств, журналы которых индексируются международными базами данных.

Основной аргумент, на который опираются агентства в процессе переговоров с автором, – это то, что между агентством и издательством подписан договор или существует договоренность о том, что статьи, предоставляемые агентством, публикуются в приоритетном порядке. Однако при опросе представителей издательств журналов ни один из них не подтвердил ни наличия таких договоров, ни каких-либо соглашений. Можно предположить, что публикационные агентства действительно могут иметь с некоторыми издательствами договоренности о приоритетности публикаций. То есть редактор за вознаграждение «находит место» для публикации в том номере журнала, который должен быть издан

в ближайшее время. Если такая договоренность является неформальной, то выявить ее наличие представляется достаточно сложным.

В ходе работы некоторые редакторы заявляли, что если какому-либо из авторов предстоит защита, то издательство готово пойти навстречу и выполнить публикацию в более сжатые сроки без взимания дополнительной платы. Например, за счет того, что из уже укомплектованного номера какую-нибудь из «несрочных» статей перенести в следующий номер, а в текущий номер включить статью желающего. Скорее всего, случайному желающему такую «милость» не окажут, но могут оказать агентству, которое регулярно обеспечивает издание «срочными» публикациями. То есть возможность для «ускорения» публикации теоретически есть, но исследование показало, что не всегда есть необходимость в таком исследовании. В ходе изучения условий публикации на сайтах издательств было выяснено, что обычно срок публикации составляет от 2–3 месяцев до одного года. А в том случае, если в журнале есть электронная версия, то публикация статьи может быть выполнена в течение одного месяца, т. е. сразу после получения рецензии.

Тем не менее, есть и такие издательства, которые официально предоставляют услуги срочной публикации, т. е. при оплате публикации из расчета 12 000 рублей (без НДС)* за одну полосу, автор может увидеть свою статью в номере журнала, который уже готовится к верстке. Следует отметить, что публикация в этом же издании на бесплатной основе будет осуществлена не ранее чем через полгода после подачи статьи на рассмотрение.

При проверке перечня журналов, с которыми агентство «сотрудничает», было выяснено, что в него, в основном, включены именно те журналы, в которых сроки публикации не превышают четырех месяцев. Получается, что добавленная стоимость услуги в части «ускорения» состоит только в том, что агентство выбирает из общего перечня журналов тот, в котором заведомо небольшой срок публикации.

Таким образом, в отношении такой услуги, как «оказание помощи в осуществлении публикации», можно сделать вывод, что агентства предоставляют такую информацию, которая провоцирует формирование искаженного представления клиентов о сложности самостоятельного осуществления публикации. Однако не следует забывать и о том, что сам автор, в силу некоторых причин, обратился именно в агентство, а не в само издательство. Для того, чтобы выявить эти причины, был проведен опрос бывших клиентов публикационных агентств.

Исследование основных причин возникновения спроса на услуги публикационных агентств

Не все исследователи обладают такими «связями», при помощи которых у них получится найти человека, который «поможет» быстро и недорого осуществить публикацию научной статьи. Поэтому при возникновении желания или необходимости осуществить публикацию, исследователи

используют поисковые системы сети Интернет. Предполагается, что исследователи, которые в поисковые системы вводят запросы «журналы Scopus» или «журналы Web of Science», потенциально не являются заказчиками рассматриваемых услуг, т. к. изначально ведут поиск не посреднических услуг, а самих издательств. Те пользователи, которые при поиске используют запросы «публикации Scopus» и «публикации Web of Science», уже с большей вероятностью могут искать не сам журнал, а возможность осуществления публикации. Сервис Wordstat компании Яндекс позволил найти статистику смежных запросов с запросами «публикации Scopus» и «публикации Web of Science» (табл. 2). На основе полученных данных о количестве запросов по релевантным ключевым словам можно увидеть, что за один месяц от 200 до 800 авторов осуществляют попытки найти информацию о возможности осуществления публикации. Зная, что в течение одного года количество запросов не превышает 8 тыс. (7464 за 2014 г.), можно определить объем данного рынка в денежном выражении. Для этого необходимо среднюю цену услуги сопровождения публикации (40 тыс. руб.) умножить на количество запросов за один год. При таком подходе потенциальный объем рынка не превышает 320 млн руб., что является условным максимальным значением. Но следует обратить внимание на то, что в данный расчет не включен коэффициент (его значение неизвестно), отражающий долю тех авторов, которые являются фактическими заказчиками рассматриваемой услуги.

Таблица 2. Количество запросов с используемыми ключевыми словами «публикация Web of Science», «публикация Scopus» (июль 2015)

Статистика по словам	Показов в месяц
публикация Web + of Science	127
публикации Scopus Web + of Science	43
публикация + в журнале Web + of Science	25
Web + of Science публикация статьи	11
быстрая публикация Web + of Science	7
публикация + в Scopus	156
публикация статей Scopus	58
публикация + в журнале Scopus	51
база публикаций Scopus	44
публикации Scopus Web + of Science	43
публикация Scopus бесплатно	36
Scopus база данных научных публикаций	27
журналы Scopus + с бесплатной публикацией статей	23
публикация статей + в журналах Scopus	11
публикаций индексируемых + в Scopus	11
Всего	673

Убедившись в том, что по данным ключевым словам можно проводить дальнейший анализ, была выявлена географическая структура

совокупности всех запросов за предыдущий месяц (табл. 2). Но полученные данные не позволили сделать полезные для исследования выводы. Единственным выводом было то, что основное количество запросов с территории Российской Федерации приходится на города Москва и Санкт-Петербург.

Данные, представленные на рис. 1 и 2 и в табл. 3 и 4, позволяют предположить, что большая часть запросов по указанным ключевым словам осуществляется сотрудниками вузов. Предположение основывается на том, что графики запросов достаточно сильно коррелируют с активностью сотрудников вузов, т. е. количество запросов растет с началом учебного года и уменьшается в его конце.

В ходе исследования было невозможно получить данные о характеристиках типичного заказчика посреднических публикационных услуг, о которых можно было бы сказать, что они являются среднестатистическими. Однако следует отметить, что среди бывших клиентов публикационных агентств были найдены исключительно сотрудники вузов или аспиранты вузов, поэтому можно предположить, что они обеспечивают большую часть спроса на рассматриваемые услуги. Еще очень важно обратить внимание на то, что опрошенные заказчики – это те, кто общался на публичных форумах с представителями агентств, не скрывая своей личности. То есть, скорее всего, это неофиты научной деятельности, которые либо не беспокоятся о своей будущей репутации, либо не связывают свою дальнейшую профессиональную деятельность с наукой. Однако результаты опроса достаточно полноценно описывают основные мотивы потенциальных заказчиков исследуемой услуги. Они показывают, что существование рынка платных услуг по оказанию помощи в подготовки статей к публикации поддерживается тем, что существует несколько барьеров, которые препятствуют авторам напрямую взаимодействовать с издательствами журналов. Потенциальные клиенты обладают следующими убеждениями, которые поддерживают спрос на предлагаемые агентствами услуги (приведены цитаты):

«самостоятельно возможно, если только у вас есть выход на эти журналы, и они не испугаются брать с Вас деньги»;

«сами издательства взимать плату за публикацию не могут, но за всякие услуги, типа «перевод», «редактура» и т. п., могут. Поэтому они лишний раз с физическими лицами просто не свяжутся»;

«не знаю, как делать это самостоятельно – думаю, вещь непростая – так же как, например, публикация в американских пиринговых журналах»;

«через агентство есть смысл, если первый раз, я так думаю, да и проще так»;

«если публикация нужна для галочки или скорость важна, то в агентство, а если для цитируемости, то самостоятельно, но это сложно, хотя от сферы зависит»;

«очень удобно и быстро»;

«была защита на носу, надо было поскорее»;

«если самостоятельно, то придется, наверно, ждать своей очереди, т. к. на рассмотрение и анализ подаются очень много статей».

Таблица 3. Города РФ, в которых поступали запросы с ключевыми словами «публикация Web of Science» и «публикация Scopus» (июль 2015)

Название города	Количество запросов	№ п/п	Название города	Количество запросов
1. «публикация Web of Science»				
Москва	33	1.13	Кострома	3
Санкт-Петербург	11	1.14	Севастополь	2
Брянск	10	1.15	Люберецкий район	2
Псков	5	1.16	Красноярск	2
Владивосток	4	1.17	Кемерово	2
Магнитогорск	4	1.18	Люберцы	2
Орел	4	1.19	Самара	2
Реутов	4	1.20	Минск	2
Нижний Новгород	4	1.21	Воронеж	2
Ростов-на-Дону	3	1.22	Другие (17 городов)	17
Пермь	3		Всего	129
Новосибирск	3			
Москва	68	19	Воронеж	4
Санкт-Петербург	29	20	Владивосток	4
Самара	12	21	Харьков	4
Ростов-на-Дону	12	22	Пермь	3
Томск	10	23	Люберцы	3
Екатеринбург	9	24	Сумы	3
Волгоград	8	25	Люберецкий район	3
Новосибирск	7	26	Тверь	3
Казань	6	27	Нижний Новгород	3
Севастополь	5	28	Северодвинск	3
Псков	5	29	Брянск	2
Краснодар	5	30	Иваново	2
Красноярск	5	31	Славянск	2
Белгород	5	32	Ижевск	2
Уфа	5	33	Одесса	2
Саратов	4	34	Астрахань	2
Барнаул	4	35	Другие (34 города)	34
Магнитогорск	4		Всего	279

Таблица 4. Динамика запросов с ключевыми словами «публикация Web of Science» (июль 2015)

Период	**Количество запросов** «публикация web of science»	**Количество запросов** «публикация scopus»
01.07.2013–31.07.2013	108	155
01.08.2013–31.08.2013	61	113
01.09.2013–30.09.2013	197	252
01.10.2013–31.10.2013	205	188
01.11.2013–30.11.2013	139	242
01.12.2013–31.12.2013	153	216
01.01.2014–31.01.2014	269	406
01.02.2014–28.02.2014	309	453
01.03.2014–31.03.2014	399	402
01.04.2014–30.04.2014	288	567
01.05.2014–31.05.2014	167	340
01.06.2014–30.06.2014	132	262
01.07.2014–31.07.2014	122	218
01.08.2014–31.08.2014	212	189
01.09.2014–30.09.2014	306	397
01.10.2014–31.10.2014	248	487
01.11.2014–30.11.2014	173	468
01.12.2014–31.12.2014	200	450
01.01.2015–31.01.2015	209	536
01.02.2015–28.02.2015	196	531
01.03.2015–31.03.2015	187	411
01.04.2015–30.04.2015	226	455
01.05.2015–31.05.2015	178	367
01.06.2015–30.06.2015	116	407

На основе озвученных мнений с уверенностью можно сделать вывод о том, что потенциальными клиентами агентств являются неопытные авторы, а также те, кто даже не удосужился найти требования к статьям на сайтах издательств. Но, кроме этого вывода, возникает вопрос: «Почему исследователь не выполняет или не может выполнить элементарные действия для того, чтобы осуществить публикацию своей статьи?».

Необходимо отметить, что в ходе опроса бывших клиентов агентств был получен дополнительный довод в пользу того, что агентства работают не с самыми авторитетными изданиями с низкими импакт-факторами. Несколько журналов, в которых клиентами агентств были заказаны публикации, через некоторое время были исключены из базы данных Scopus.

Проведенные опросы представителей издательств журналов, публикационных агентств и их клиентов доказывают, что успешное существование на рынке исследуемых услуг есть три основные проблемы, с которыми сталкиваются авторы:

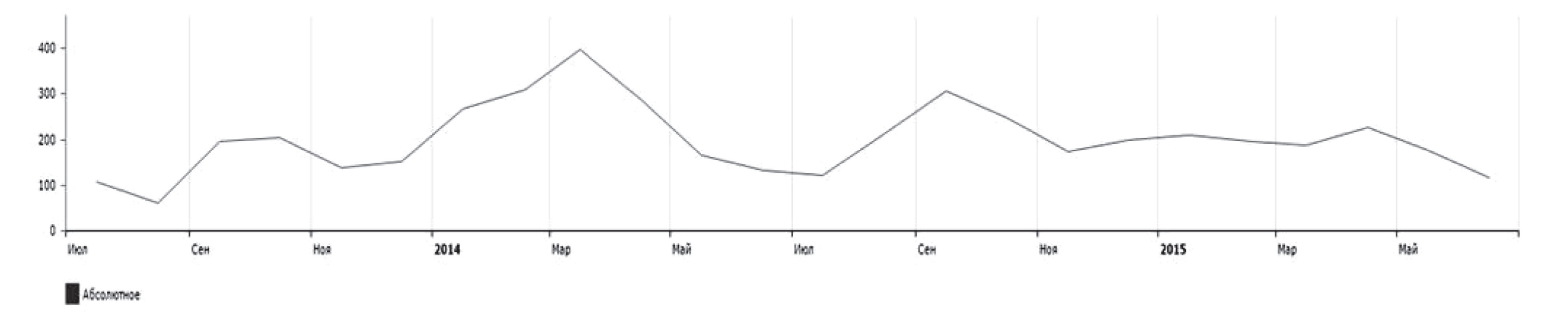


Рис. 1. Динамика запросов по фразе «публикация Web of Science»

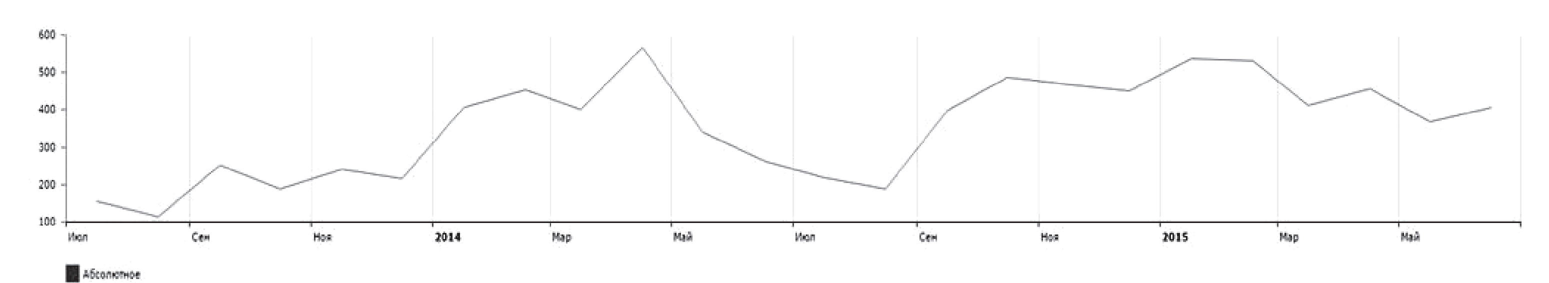


Рис. 2. Динамика запросов по фразе «публикация Scopus»

– сложности при самостоятельном взаимодействии с издательством;
– низкий уровень владения английским языком;
– восприятие публикации в журнале как персональный инвестиционный проект (т. е. исследователь, заказывая написание статьи на заказ, кроме получения стимулирующей надбавки, ожидает повышения своего рейтинга как ученого, что впоследствии может положительно сказаться на его материальном состоянии).

Выявленные причины возникновения спроса на услуги публикационных агентств наиболее показательно отражают особенности этого сегмента рынка услуг.

Дальнейшее развитие рынка услуг публикационных агентств

Следует не забывать, что значения показателей публикационной активности не являются ни универсальным, ни полноценным отражением уровня развития российской науки или уровня инновационного развития государства. Поэтому уделять много внимания и использовать большое количество ресурсов для того, чтобы устранить незначительное искажение значение этого показателя результативности российской науки – нерационально. Так что, в первую очередь, следует рассмотреть эволюционный сценарий устранения негативного влияния деятельности публикационных агентств.

Изменения характеристик рассмотренной части рынка платных публикационных услуг возможны в результате изменений, которые могут произойти с составляющими элементами этой части рынка, а также с факторами, которые оказывают на нее влияние. Измениться может:

– поведение заказчиков услуг платных публикаций;
– законодательная база, которая в настоящее время регулирует организации, оказывающие рассматриваемые услуги;
– внутренняя политика учреждений, которые осуществляют материальное стимулирование публикационной активности своих сотрудников.

В первую очередь, можно ожидать изменений со стороны поведения таких участников рынка данных услуг, как заказчики публикаций. Те, кто уже осуществлял заказ публикаций, могут впоследствии повторно воспользоваться данной услугой либо осуществить эту процедуру самостоятельно. В любом из этих двух случаев, после того, как заказчик воспользовался услугой платной публикации, вероятность того, что он повторно обратится за этой услугой, снижается. Так как одним из условий существования рынка платных публикационных услуг является низкий уровень осведомленности заказчика публикации о порядке процедур, выполняемых во время поиска издательств и подготовки статьи к публикации, то увеличение уровня осведомленности повлечет за собой и снижения спроса на данные услуги.

Что касается законодательной базы, регулирующей деятельность организаций, оказывающих рассматриваемые услуги, то вряд ли следует ожидать ее изменений, так как для этого отсутствуют какие-либо основания: организации формально не нарушают никаких норм.

Как было выявлено в самом начале исследования, на внутреннюю политику учреждений, которые осуществляют материальное стимулирование публикационной активности своих сотрудников, оказывают влияние два фактора: необходимость исполнения приказов Минобрнауки, разработанных с учетом «майских указов» Президента, и желание продвижения в национальных и международных рейтингах вузов. В ближайшее время не предполагается принципиальное изменение влияния этих факторов. В таком случае, необходимо обязательно обращать внимание на эффективность расходования средств, которые тратят вузы и научные учреждения на стимулирование публикационной активности своих сотрудников. То есть необходимо сделать так, чтобы эти затраты имели не локальный, вузовский, эффект, а реально стимулировали научную деятельность. Если же публикации учреждения будут являться результатом «приписок» фамилий сотрудников к чужим статьям или публикации статей, написанных на заказ, то затраты на выплаты стимулирующих надбавок являются затратами на продвижение учреждения в рейтингах, учитывающих публикационную активность.

Способы устранения негативного влияния деятельности публикационных агентств

Как было выяснено в ходе проведенного исследования, деятельность публикационных агентств оказывает негативное влияние на достоверность показателей публикационной активности (которые, в свою очередь, отражают результативность российской науки) только в случае оказания таких услуг, как написание статьи на заказ и включение фамилии заказчика в список авторов статьи, в написании которой он не принимал участия. Конечно, сложно представить, что статья, опубликованная в журнале, индексируемом в международной базе данных, будет иметь нулевой научный результат или просто «слабой». Поэтому не стоит бить тревогу только из-за того, что формальный авторитет ученого вырос за счет покупки им авторства на чужой научный результат – этическая сторона этого явления в данном исследовании не рассматривается. Нас интересует только научная результативность. И тут важно обратить внимание на следующее: вероятность того, что полученный научный результат, представленный в заказной статье будет пригоден для его дальнейшего использования, ниже, чем в самостоятельно выполненной работе. Поэтому, чтобы устранить негативный эффект от существования на рынке указанных выше услуг, учреждениям следует давать стимулирующие надбавки только за публикацию тех статей, которые написаны по результатам запланированных исследований.

Теперь рассмотрим услугу, которая не влияет на показатели публикационной активности, но ее наличие на рынке свидетельствует о существовании проблем в системе подготовки научных кадров. В том случае, если сотрудник вуза или научного учреждения обращается в агентство исключительно по той причине, что не знает, как самостоятельно осуществить публикацию статьи или для того, чтобы перевести ее на английский язык, то получается, что фактически стимулирующей надбавкой оплачивается соответствующие услуги. Наличие такой ситуации подтверждает то, что система вузовской и послевузовской подготовки не ставит перед собой и не выполняет, в частности, две задачи:

– обучение исследователя правилам академического письма на иностранном языке;
– обучение исследователя подготовке рукописи статьи, поиску подходящего издательства и взаимодействия с ним.

Некоторые из агентств, деятельность которых была подвергнута анализу (см. табл. 1), детализируют услугу по оказанию помощи при подготовки статьи к публикации следующим образом:

– подбор зарубежных исследований/статей, обзоров и т. д. по проблематике статьи для выполнения требований зарубежного журнала по обзору мировых научных достижений по проблеме статьи;
– поиск соавторов за рубежом;
– подбор журналов из баз Scopus, Web of Science, лучше всего подходящих для статьи;
– редактура текста носителем языка;
– помощь в получении рецензий от ведущих экспертов в области исследования;
– перевод текста статьи переводчиком, специалистом по проблеме статьи;
– редактура текста носителем языка, Ph.D;
– оформление статьи согласно требованиям конкретного журнала, обработка рисунков и таблиц, оформление списка литературы;
– написание сопроводительного письма в редакцию, регистрация профиля автора на сайте журнала/издателя, подача статьи и сопроводительных документов в журнал;
– переписка с редакцией журнала по статье, контроль за прохождением рецензирования рукописи в редколлегии журнала;
– переписка и переговоры с редколлегией журнала по замечаниям, подача исправленной статьи, звонки наших переводчиков в редакцию с предоставлением аудиозаписи разговора;
– услуги по переводу публикационной платы в редакцию журнала;
– контроль публикации статьи и отправки печатного экземпляра автору;
– помощь в отслеживании индексации статей в базах с предоставлением скрина, переписка со службами поддержки клиентов.

Это все перечисление тех действий, которые исследователь теоретически должен быть способен выполнять самостоятельно. Поэтому наличие соответствующих компетенций в учебных программах дисциплин бакалавриата, магистратуры и аспирантуры позволит исследователям не делиться с агентствами премиальным вознаграждением за свою публикацию, и это вознаграждение будет, действительно, направлено на стимулирование научной деятельности. А для российской науки в целом, это будет полезно тем, что когда все исследователями будут обладать обозначенными компетенциями, то уровень ее кадрового потенциала станет выше.

Литература

1. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки».
2. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 05.03.2014 № 162г.
3. *Балацкий Е.* «Диссертационная ловушка» // «Свободная мысль – XXI». 2005. № 2.
4. *Калимуллин Т. Р.* Российский рынок диссертационных услуг // Экономика образования. 2013. № 2. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskiy-rynok-dissertatsionnyh-uslug-1 (дата обращения: 01.08.2015).
5. Научный потенциал и инновационная активность в России: Статистический сборник / Под ред. Е. В. Семёнова. М.: Языки славянской культуры: Знак, 2014. Вып. 8. 240 с.
6. Архив сети Интернет The Internet Archive Wayback Machine.
7. Интернет-сервис Подбор слов (Wordstat).